



Universidade Federal do Rio de Janeiro
Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas
Faculdade de Administração e Ciências Contábeis
Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação



Carolina Akemi Kano Silva

A DISPOSIÇÃO DAS INFORMAÇÕES NAS EDITORAS: suas adaptabilidades e
problemáticas

Rio de Janeiro
2012

Carolina Akemi Kano Silva

A DISPOSIÇÃO DAS INFORMAÇÕES NAS EDITORAS: suas adaptabilidades e
problemáticas

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação (CBG/FACC), da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito para obtenção do Grau de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientador: Prof.^a Ana Maria Senna

Rio de Janeiro
2012

S325a Silva, Carolina Akemi Kano.

A disposição das informações nas editoras: suas adaptabilidades e problemáticas / Carolina Akemi Kano Silva. - 2012.

30 f. : il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) – Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2012.

Orientadora: Ana Maria Senna

1. Disposição. 2 Editora. 3. Processo editorial. 4. Acesso a informação. I. Senna, Ana Maria. II. Título.

CDU: 339.1-051

Carolina Akemi Kano Silva

A DISPOSIÇÃO DAS INFORMAÇÕES NAS EDITORAS: suas adaptabilidades e
problemáticas

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de
Informação (CBG/FACC), da Universidade Federal
do Rio de Janeiro, como requisito para obtenção do
Grau de Bacharel em Biblioteconomia.

BANCA EXAMINADORA

Aprovado em:

Prof. Ana Maria Senna

Mestre em Ciência da Informação

Orientador(a)

Prof. Nadir Ferreira Alves

Mestre em Ciência da Informação

Prof. Robson Santos Costa

Mestre em Memória Social e Documento

SILVA, Carolina Akemi Kano. **A disposição das informações nas editoras:** suas adaptabilidades e problemáticas. 2012. 30 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2012.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar sobre o processo efetuado nas editoras para a seleção e preservação de informações, buscando dessa forma transcorrer sobre sua adaptabilidade à frente na atual sociedade e em seus novos formatos. Busca-se demonstrar o quanto é importante uma parceria com as bibliotecas, para que possam atuar em conjunto na seleção dos documentos contidos em ambas as organizações. Aborda a importância do valor histórico do conhecimento adquirido, em textos, livros e entre outros suportes. Comparam também, as diferenças de visão e missão das editoras que como uma organização empresarial está em busca de lucros, em comparação com as bibliotecas que têm como objetivos selecionar, organizar e distribuir a informação democraticamente. Analisam-se, também, quais métodos são utilizados pelas editoras para selecionar, buscar e conservar informações. Na sociedade da informação e para o novo formato revolucionário, como a internet, busca-se uma compreensão desse universo editorial e de que forma estão sendo criados novos papéis para atuação das editoras. Utiliza-se a metodologia exploratória, através de pesquisa bibliográfica e questionário apresentado para profissionais de diversos setores relacionados ao livro.

Palavras-chave: Seleção. Editora. Biblioteca. Processo editorial. Acesso à informação.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	06
1 JUSTIFICATIVA	08
2 OBJETIVOS	09
2.1 Objetivo Geral	09
2.2 Objetivos Específicos	09
3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	10
3.1 Panorama da informação e de seu registro através da história.	10
3.2 Processo de informação no Brasil	12
3.3 Mercado Editorial	13
3.3.1 Processo de seleção	15
3.3.2 O direito autoral	16
3.3.3 Análise da leitura e suas perspectivas.	17
3.4 Papel da biblioteca e relações com a editora	19
3.5 Os novos formatos	21
4 METODOLOGIA	24
5 RESULTADOS	25
CONSIDERAÇÕES FINAIS	27
REFERÊNCIAS	29

1 INTRODUÇÃO

O trabalho foi motivado a partir do questionamento acerca das editoras e seus princípios de venda e consolidação. Para continuar esse processo as editoras precisam de adaptações. Uma investigação sobre percursos anteriores e semelhantes que ocorreram ao longo da história podem suscitar idéias, apontando caminhos para uma adaptabilidade, Epstein (2002, p. 156) indica que “Com os livros não mais aprisionados eternamente em encadernações fixas, as oportunidades serão infinitas para a criação de novos, úteis e lucrativos produtos”

Discernindo sobre o acesso à informação de forma a pressupor o fornecimento de suporte aos clientes e visando a satisfação de suas necessidades de informação, as organizações devem focar seus esforços nas necessidades e expectativas dos clientes.

Dessa forma, temos duas definições que abordam como são tratadas as informações e como são apresentadas : a biblioteca como organização que busca armazenar em seu espaço as informações existentes em seus diversos formatos, facilitando o acesso para então, exercer sua função social de melhoria e transmissão do conhecimento. Em seguida, temos a editora, uma organização responsável pela publicação de obras bibliográficas, discográficas e diversos tipos de documentos. Cabe ressaltar o significado do conceito de documento como sendo, “não somente livros e manuscritos, mas também arquivos, mapas, esquemas, ideogramas, diagramas, desenhos e reproduções dos mesmos, fotografias de objetos reais, entre outros.” (OTLET, 1903 apud WOLEDGE, 1983, p. 270-271). A editora também é responsável por todas as etapas de editar, revisar, divulgar e distribuir entre inúmeras outras atividades.

Assim destacamos no que se refere ao mercado de vendas das editoras, sendo necessário abordar, temas como, seu custo, preços, seleção, seu valor cultural em relação à sociedade em que está inserida e como esse material utilizado vai se transformando através dos anos. É importante o consumidor buscar a informação que lhe interessa e essa questão é fundamental para a produção e venda, ou seja, estar atento aos desejos dos consumidores, conforme citado por Earp e Kornis (2005, p. 18)

O problema fundamental do editor não é colocar o seu produto no mercado, mas encontrar o leitor certo para cada um de seus títulos. O problema fundamental do consumidor é encontrar os livros que o interessam em meio à multiplicidade de

títulos produzidos. Juntos a oferta fácil com a demanda difícil, temos de fazer com que os editores e os compradores de livros se encontrem mutuamente. Há um risco crônico de superprodução. É por isso que o problema do livro é, acima de tudo, de distribuição, que depende, sobretudo, de informação - que ainda mais importante em uma sociedade da informação.

A mesma idéia teve Ranganathan (apud FIGUEIREDO, 1999, p.123) quando elaborou as cinco leis fundamentais das bibliotecas e dentre as cinco “a cada leitor seu livro; a cada livro o seu leitor”, demonstrou assim que o livro existe para um usuário ou cliente à espera de uma interação relevante.

Abordaremos a questão da seleção que está intrinsecamente interligada à venda e ao lucro gerado. Segundo ZAID (2004, p. 47) “os livros não são somente uma mercadoria, mas diálogo e revelação, entretanto, em vez de conduzir à rejeição do comércio, isso nos deve fazer compreender que, no final das contas, nada é simplesmente uma mercadoria”.

Assim, podemos perceber que existe uma interconexão distinta entre as editoras como comércio e a parte cultural, onde é necessário possuir um mínimo de conhecimento para atrair o consumidor. Percebemos que as bibliotecas são fontes de divulgação entre seus leitores que querem adquirir os produtos das editoras e essas acabam difundindo seus pedidos.

Neste trabalho refletimos, através de uma revisão bibliográfica e de uma metodologia baseada em entrevistas, alguns questionamentos acerca de como os documentos são selecionados pela editora e quais processos são feitos para sua adaptação ao contexto atual da sociedade, questionando assim o seu papel. Pretendemos ao longo da pesquisa verificar a relação existente entre as editoras e as bibliotecas, já que ambas trabalham com registros de informações e se o acesso à informação na internet transformará definitivamente o modo de atuação das editoras a frente dessa nova demanda. Por fim, será apresentado um posicionamento crítico a respeito do assunto tratado, assim como as conclusões acerca as mudanças ocorrendo no mercado editorial.

2 JUSTIFICATIVA

A sociedade mundial vem discutindo se a evolução da tecnologia digital e a internet estariam ameaçando a existência do livro. Analisando o novo mercado editorial percebeu-se os novos desafios enfrentados nessa nova concepção mercadológica. Assim, entendendo as evoluções tecnológicas das publicações, tornou-se necessário o estudo temporal do desenvolvimento dos diversos suportes de informação ao longo da História. No entendimento das adaptações que os suportes sofreram e que sofrerão na nova era digital, foca-se um exame mais profundo nas consequências relacionadas aos direitos autorais e aos novos modelos de vendas para as organizações da informação.

Nesse sentido, as organizações lucrativas, procuram adaptar-se com o intuito de atender as expectativas de seus clientes. Contudo, existe uma interconexão com as organizações não lucrativas, fato que vem sendo evidenciado por alguns autores.

A relação entre a editora e a biblioteca demonstra como elas podem se mutuamente, considerando os aspectos revelados pelo embasamento teórico e empírico. Um modelo que reunisse todos os profissionais que lidam com o livro, fortalecendo o debate em torno desse assunto instigante e necessário. Os estudos na área se tornam relevantes para uma compreensão e novos objetivos. Eco (apud MORAES, 2010, p. 1) aborda que

Das duas uma: o livro permanecerá o suporte da leitura, ou existirá alguma coisa similar ao que o livro nunca deixou de ser, mesmo antes da invenção de tipografias. As variações em torno do objeto livro não modificaram sua função, nem sua sintaxe, em mais de 500 anos.

3 OBJETIVOS

Os objetivos que este trabalho foi embasado foram condicionados em geral e específicos e são explicitados a seguir:

3.1 Objetivo Geral

Tem como objetivo geral fazer um diagnóstico referente as editoras nas adaptações de formatos, buscando ressaltar sua atuação como organização com fins lucrativos, e assim seus principais papeis a frente dos novos desafios.

3.2 Objetivo específicos

- Analisar a breve historia das editoras no mundo e no Brasil
- Apontar as principais características das editoras.
- Destacar quais os critérios considerados para a seleção de livros, visando custos, direitos autorais e publico –alvo.
- Relacionar os pontos em comum entre a biblioteca e a editora e o que ambas podem se beneficiar em comum.
- Ressaltar o estudo, através de entrevistas abertas com funcionários de vários setores da informação.

4 FUNDAMENTAÇÃO TEORICA

Para melhor esclarecimento do assunto, embasamos nossa análise nos preceitos de editoração através de renomados autores como os encontrado no livro de Robert Darnton “ A questão do livro”; de Laurence Hallewell em o “O livro no Brasil” e Gabriel Zaid no “ Livros demais! Sobre ler, escrever e publicar”. Esses autores questionam acerca de como as publicações dos livros afetam a sociedade, através de imersão de cultura ou números de livros publicados. Por isso é necessário conceituar, seus formatos para publicação e assim suas formas de seleção. Procurando dessa forma entender a relação entre a biblioteca e as editoras, e os novos formatos atribuídos na internet.

4.1 Panorama da informação e de seu registro através da história.

A informação é um termo que ao longo dos anos, tem sofrido variações em suas formas de uso em que dependendo do contexto utilizado, pode ser relacionado com significados distintos, conhecimento e outros conceitos na área da Ciência da Informação.

Davenport destaca que (1998), “[...] informação, é um termo que envolve, além de servir como conexão entre os dados brutos e o conhecimento que se pode eventualmente obter” O que podemos analisar é que a informação é dada com relevância para o ser humano, que lhe atribui um significado, adotando então um valor que poderá ser ou não conservado em documentos, ou outras formas de registros. Podemos citar dessa forma que:

A informação é um conjunto de elementos selecionados pelos indivíduos, dentre uma imensa variedade de itens existentes no mundo exterior. Como um embrião, a informação forma e contém (informação). A repetição dessas impressões [conservadas], ao longo do tempo, encarrega-se de transformar itens selecionados de informações em marcas, traços que constituem o que, convencionalmente, chamamos de memória. A memória então conserva as informações que vão sendo retidas num processo de seleção. [...] Nesse sentido, as informações retidas, que passaram pelo filtro individual (que é também social) são organizadas e recriadas no presente, dentro de um processo dinâmico. (COSTA, 2003, p. 124)

Desde a antiguidade quando surge a escrita e seus suportes de registro para transmissão de informação se tornou possível perpetuar noções e idéias para as pessoas, ao longo do tempo. Usando placas, para resguardar essas informações como “as placas de argila na Mesopotâmia, foram desenhadas com estiletes em forma de cunha. Trata-se de uma das formas mais antigas de escrita conhecida, desenvolvida cerca de 3.000 a.C.” (PINHEIRO, 2008). A descoberta em 1975, da Biblioteca de Ebla na Síria, comprova a existência das primeiras coleções organizadas também no terceiro milênio AC. “Eram registradas em tábuas de argila e dispostas criteriosamente em estantes segundo o tema abordado” [...] (ORTEGA, 2004, p. 2). Assim quando o comércio teve desenvolvimento com os povos primitivos da Babilônia e da Suméria, ocorreu dessa maneira às primeiras vendas dos “livros primitivos” no qual foram feitas também de argila.

No mesmo período foi fundada a Biblioteca de Alexandria que influenciou de maneira significativa os principais conceitos de editoração, onde seus principais colaboradores elaboraram normas para estabelecer padrões para os textos que se encontravam na biblioteca, para assim uniformizar as informações encontradas nas obras. Com a expansão do Império Romano houve a popularização dos textos produzidos na época, tornando o uso das palavras uma forma de dominação cultural dos povos recém conquistados.

Contudo, os dois momentos significativos para o aumento vertiginoso da produção dos livros foi a transformação do formato de pergaminho a códex - o livro no formato que conhecemos até hoje e a outra mudança substancial ocorreu com a invenção de Gutenberg, que permitiu aumentar a reprodução dos livros, permitindo uma comercialização desses e proporcionando o aparecimento das guildas, as antigas editoras. Lembramos que o livro era denominado como qualquer elemento para registro do pensamento, como a inscrição em pedra ou madeira, a tabuleta de cera, o rolo de pergaminho etc. (ARNS, 1993, apud MACHADO, 1994, p. 175).

Assim, “o livro sendo aperfeiçoado com inovações técnicas que permitem assim a sua conservação e a acessibilidade à informação, sempre estará ligado à construção da história” (FEBVRE, 1992). Isso pode ser confirmado com a grande revolução cultural que ocorreu nos últimos dois séculos, pois agora as informações podem ser apresentadas em suportes diversos tais como: discos, vídeos, cd-rom, DVDs, tridimensionais, computadores e outros que estão

porvir. No tempo presente, essas informações podem ser oferecidas e compartilhadas por um grande número de pessoas e eventualmente essas ocorrências irão mudar, visto que sempre se modificam ao longo do tempo. Darnton (2010, p. 41) afirma que

A velocidade das mudanças, é de tirar o fôlego: da escrita ao código foram 4300 anos; do código aos tipos móveis, 1150 anos; dos tipos móveis à internet, 524 anos; da internet aos buscadores, 17 anos; dos buscadores ao algoritmo de relevância do Google, 7 anos; e quem pode imaginar o que está por vir no futuro próximo?

4.2 Processo da informação no Brasil

De acordo com Hallewell (2005, p. 43) o campo editorial no Brasil, é muito variável. Poucos países levaram tanto tempo para desenvolver uma indústria editorial nacional, mas poucos a desenvolveram tanto nos últimos anos. Nenhum país do terceiro mundo possui hoje uma indústria editorial, em uma única língua com a expressão que vem acontecendo no Brasil.

No Brasil somente começou a ser introduzida a impressão quando houve a imigração em massa de portugueses em busca do ouro em Minas Gerais. Mas nesse caso não por aspecto cultural, e sim uma exigência administrativa. Pois, era de suma importância registrar e produzir documentos oficiais para melhor administrar a colônia. Contudo a impressão feita aqui no Brasil, tinha um alto custo, pois os equipamentos e suprimentos tinham um preço elevado assim se tornando caro viver de impressão.

Dessa forma é importante ressaltar que era desestimulada a produção de livros no Brasil como uma forma de controle e censura criando uma maior dependência com sua metrópole Portugal. Esse cenário somente foi mudar quando ocorreu a chegada da família Real no Brasil. Com a chegada da família Real no Brasil não somente ocorreram mudanças na indústria editorial mas em todo o cerne cultural existente.

Na cidade do Rio de Janeiro houve uma grande reviravolta pois a família real trouxe consigo sua corte, seus ministros, artistas e o tesouro histórico de Portugal que por conseguinte, incluía os livros que mais tarde constituiria a Biblioteca Nacional. Todavia, o aumento de interesse pelos documentos por parte dos leitores só aconteceria no cenário político que estava ocorrendo no e por consequência aumentando o numero de livrarias. Neste contexto

transformador criou-se a Imprensa Nacional que o Príncipe Regente D. João assinou em 13 de maio de 1808 o decreto da criação da Imprensa Régia.

Assunto abordado por Hallewell no seu livro “O livro do Brasil” (2005, p. 121) em que ele exemplifica no ano de 1823 existia em torno de 12 livrarias no Rio de Janeiro, aonde o publico leitor se reunia para discutir política, economia e literatura da época, número bem menor se comparado com uma das principais capitais européias, Paris, que possuía 480 livrarias e 850 tipografias, concluindo que o Brasil estava longe de ter um cenário editorial.

4.3 Mercado Editorial

Alguns aspectos teóricos, que foi abordado ao longo do trabalho foram citados sobre as casas Editoriais. Para fins de conceituação, pode se dizer que uma editora é uma organização que produz os produtos e está responsável também por sua produção, distribuição e sua organização. Há pouco tempo, a produção começou a fornecer todo tipo de produtos relacionados à comunicação impressa ou eletrônica, assim corroborando a informação, como relata, Knapp (1986, p. 10) afirma que a editoração é um pouco indústria, um pouco comércio, que faz parte da cultura e obviamente influi na educação.

Outra visão com um cunho mais administrativo seria de Dumont et al (1979) onde editoração é o conjunto de teorias, técnicas e aptidões artísticas e industriais destinadas ao planejamento, feitura e distribuição do produto editorial final.

A editora precisa contratar revisores e desenhistas para assim produzir os livros, também são responsáveis pelo marketing e seus custos na divulgação do livro. Um dos trabalhos mais importantes é a aceitação e a recusa de um trabalho para publicar, segundo Houaiss (1983, p.10)

Editoração é a atividade organizada em forma de empresa para a publicação de livros. A editoração compreende setores específicos da unidade de trabalho dos quais se citam alguns: (a) direção; (b) seleção de originais; (c) adequação dos originais para correlação original-tipografia; (d) revisão; (e) publicidade e relações públicas; (f) distribuição e difusão (depósito, consignação, vendas em grosso, vendas em varejo; exemplares à critica especializada, ou genérica, ou noticiante). A editoração enlaça-se necessariamente com a impressão, havendo editoras que são, concomitantemente, impressoras; mas de regra são dois gêneros de atividade

autônomos, e mesmo quando agrupados sob uma mesma empresa merecem organização própria, pela relativa especificidade de seus problemas

Todos os trabalhos que foram abordados sobre a responsabilidade de uma editora nos fazem ressaltar que o trabalho procurar verificar, sobre um aspecto específico, quais seriam os métodos usados para selecionar as informações contidas nos documentos publicados nas editoras.

A seleção nos remete a questão da dimensão do mercado editorial, um exemplo que podemos afirmar é a indústria brasileira que possui de 2 a 3 mil empresas, das quais 500 publicam ao menos 5 títulos anuais, e no mercado remetem pelo menos 46.026 títulos no país (EARP; KORNIS, 2005, p. 32). Assim podemos afirmar que o mercado continua em crescimento e com um grande faturamento, podendo ser verificado na tabela abaixo (Tabela 1)

Realizada semestralmente pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) e pela Câmara Brasileira do Livro (CBL), fornece um panorama completo do mercado editorial no país.

Ano	PRODUÇÃO (1ª edição e reedição)		VENDAS	
	Títulos Editados	Exemplares Produzidos	Exemplares Vendidos	Faturamento (R\$)
1990	22.479	239.392.000	212.206.449	901.503.687
1991	28.450	303.492.000	289.957.634	871.640.216
1992	27.561	189.892.128	159.678.277	803.271.282
1993	33.509	222.522.318	277.619.986	930.959.670
1994	38.253	245.986.312	267.004.691	1.261.373.858
1995	40.503	330.834.320	374.626.262	1.857.377.029
1996	43.315	376.747.137	389.151.085	1.896.211.487
1997	51.460	381.870.374	348.152.034	1.845.467.967
1998	49.746	369.186.474	410.334.641	2.083.338.907
1999	43.697	295.442.356	289.679.546	1.817.826.339
2000	45.111	329.519.650	334.235.160	2.060.386.759
2001	40.900	331.100.000	299.400.000	2.267.000.000
2002	39.800	338.700.000	320.600.000	2.181.000.000
2003	35.590	299.400.000	255.830.000	2.363.580.000
2004	34.858	320.094.027	288.675.136	2.477.031.850
2005	41.528	306.463.687	270.386.729	2.572.534.074
2006	46.026	320.636.824	310.374.033	2.880.450.427
2007	45.092	351.396.288	329.197.305	3.013.413.693
2008	51.129	340.274.195	333.264.519	3.305.957.488
2009	52.509	386.367.136	370.938.509	3.376.240.854

Tabela 1: (<http://www.snel.org.br/ui/pesquisaMercado/diagnostico.aspx>)

Outro exemplo é a dimensão do mercado editorial no mundo, que foi retratada por Zaid: (2004, p. 20) numa abordagem cronológica.

Entre 1450 e 1500, algo entre dez mil e quinze mil títulos foram publicados (os chamados incunábulo) com trinta a trinta e cinco mil edições e tiragem média de quinhentos exemplares [...] Quinhentos títulos foram publicados em 1550, 2300 em 1650, onze mil em 1750 e cinquenta mil em 1850. Em 1550 a bibliografia acumulada era em torno de 35 mil títulos em 1650 era de cento cinquenta mil; em 1750 alcançou setecentos mil; em 1850 foi de 3,3 milhões em 1950 era de dezesseis milhões. No primeiro século da imprensa (1450-1550) foram publicados 35 mil títulos, no último meio século (1950-2000) houve mil vezes mais, chegando a 36 milhões.

Podemos assim observar que com o fenômeno da explosão informacional, houve uma expansão vertiginosa na área editorial. Ao mesmo tempo em que este fato é positivo, também pode ser negativo, à medida que as editoras tenham que selecionar essas informações, já que há um excesso dessas.

4.3.1 Processo de seleção

A escolha do material por uma editora de acordo com o SAAB (1999, p. 4) tem o envolvimento de muitos profissionais e empresas, que são os autores, ilustradores, editores, gráficos, distribuidores e vendedores. Então são selecionados os originais pelo editor para após adquirir os direitos autorais sobre a obra. Se o texto for adquirido no exterior, cabe também disponibilizar a sua tradução e revisão na editora.

Assim, depois de ter selecionado e preparado o texto, é feito o trabalho de editoração em que é feita a capa e elaboração de gráficos e outras ilustrações do trabalho e depois de inúmeras revisões é mandado para a gráfica, aonde os exemplares impressos são guardados no depósito para que, no fim, seja distribuído.

Numa análise comparativa com a biblioteca é importante ressaltar que o bibliotecário participa da seleção do acervo por seu conhecimento sobre as necessidades informacionais de seus usuários, tornando o processo do fluxo informacional mais otimizado. Contudo é importante lembrar que a seleção de materiais só será eficiente se todos os envolvidos estiverem dispostos a discutir os critérios de forma racional.

De acordo com VERGUEIRO (2010, p. 17) A política de seleção procura garantir que todo material seja incorporado ao acervo segundo razões objetivas predeterminadas e não segundo idiossincrasias ou preferências pessoais. Procurando dessa forma analisar os critérios adotados na biblioteca em questão.

4.3.2 O direito autoral

De acordo com a lei brasileira nº 9.610, de 19.02.1998 (BRASIL. Decreto-Lei, 1998), o direito autoral lida basicamente com a imaterialidade, principal característica da propriedade intelectual. Os direitos autorais podem ser considerados, para os efeitos legais, como bens móveis. Além das sanções civis, a reprodução não autorizada de obras constitui um ilícito penal, configurado como crime contra a propriedade intelectual, conforme o art. 184 do Código Penal brasileiro. (SAAB 1999, p. 5)

Chartier (1998, p. 71) também ressalta que nos dias atuais os contratos dos autores não somente consolidam os direitos autorais, mas também prevêem por meio de cláusulas a defesa de seus privilégios de forma a não serem utilizados sem o consentimento do autor para outras mídias, tais como televisão, cinema, e eletrônicos.

De acordo com SOUZA (1998) o autor está coberto legalmente pelo mecanismo de direito autoral, assim prevalecendo até 70 anos da morte do autor, que depois disso cai em domínio publico. Ao contrário, da realidade em que era nos apresentado nos primórdios das editoras, cenário apresentado por Darnton (2010, p. 50)

No começo da Europa moderna, a pirataria dos livros era tão generalizada que os livros vendidos não tinham como ter um grande desempenho tais como hoje. Em vez de os livros serem produzidos em massa por um único editor, diversos editores imprimiam simultaneamente, para lucrar ao máximo o quanto podiam, num mercado sem as restrições impostas pelo copyright. Trechos eram resumidos, outros eram ampliados e obras inteiras eram reescritas sem nenhum critério ou preocupação com as intenções do autor.

Em seguida para um maior discernimento sobre o faturamento da editora, procuramos apresentar uma tabela com a distribuição percentual média do preço de capa de um livro no Brasil e todos os envolvidos no processo.

Tabela 1 – Distribuição do preço (%) de capa de um livro no Brasil

Direitos Autorais (Autor)	10%
Custos Editoriais e Manufatureiros	25%
Lucro da Editora	15%
Distribuidor	10%
Livraria	40%

4.3.3 Análise da leitura e suas perspectivas.

SAAB (1999, p. 26) afirma, que apesar do recente aumento do consumo, o Brasil ainda apresenta um baixo consumo per capita, da ordem de 2,4 livros/habitante/ ano (inclusive didáticos, que representam a maior parcela), o que pode ser relacionado aos seguintes fatores:

- Hábito de leitura ainda bem menor que nos países mais desenvolvidos;
- Papel pouco significativo das bibliotecas para melhorar esta situação, inexistindo, inclusive, uma política regular de compra de livros;
- Baixa renda per capita (embora o preço do livro brasileiro, com exceção do livro de bolso, seja, em média, comparável ao preço internacional, ele ainda é caro para o poder aquisitivo da população);
- Estrutura de comercialização deficiente (o número relativamente pequeno de livrarias, cerca de mil, é concentrado nos principais centros urbanos); e
- Fraco desenvolvimento de canais alternativos de vendas, tais como supermercados, lojas de conveniência, círculos de livros etc. (RETRATOS da Leitura no Brasil, 2012)

Esses dados são apenas confirmados com a recente pesquisa feita, pelo Instituto Pró-Livro, aonde são demonstrados que a leitura nesses últimos doze anos diminuiu comparada com a primeira pesquisa. Esses dados podem ser visualizados nas imagens abaixo:

Penetração e Média de livros nos últimos 3 meses Brasil

Penetração de Leitura	Unidade	Total
Leitura em geral	%	50
	milhões	88,2
Livros inteiros	%	26
	milhões	46,2
Livros em partes	%	39
	milhões	70,3
Leitura de livros indicados pela escola	%	21
	milhões	37,7
Leitura de livros por iniciativa própria	%	38
	milhões	67,5
Leitura de Bíblia	%	16
	milhões	28,8

Média de livros lidos nos últimos 3 meses	Total
Livros em geral	1,85
Livros inteiros	0,82
Livros em partes	1,03
Livros indicados pela escola	0,81
Livros lidos por iniciativa própria	1,05
Bíblia	0,17



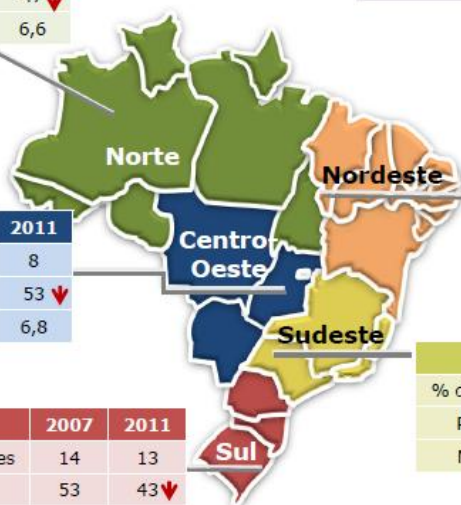
Penetração de leitores 2007-2011 Por Região

Unidade	2007	2011
% do total de leitores	8	8
Penetração (%)	55	47 ▼
Milhões leitores	7,5	6,6

Total Brasil		
Unidade	2007	2011
Penetração (%)	55	50 ▼
Milhões leitores	95,6	88,2

Unidade	2007	2011
% do total de leitores	7	8
Penetração (%)	59	53 ▼
Milhões leitores	7,1	6,8

Unidade	2007	2011
% do total de leitores	14	13
Penetração (%)	53	43 ▼
Milhões leitores	13,2	11,3



Unidade	2007	2011
% do total de leitores	25	29
Penetração (%)	50	51
Milhões leitores	24,4	25,4

Unidade	2007	2011
% do total de leitores	45	43
Penetração (%)	59	50 ▼
Milhões leitores	43,4	38,0



Em primeiro lugar, me parece que o ato de ler não se trata necessariamente de ler livros. Essas pesquisas que perguntam às pessoas se ela lê livros estão sempre ignorando que a leitura é muito mais que ler livros. Basta ver em todos os comportamentos da sociedade que a leitura é uma prática fundamental e disseminada. Isso inclui a leitura dos livros, mas muita gente diz que não lê livros e de fato está lendo objetos impressos que poderiam ser considerados [jornais, revistas, revistas em quadrinhos, entre outras publicações]. Não devemos ser pessimistas, o que deve pensar é que a prática de leitura é mais frequente, importante e necessária do que poderia indicar uma pesquisa sobre o número de livros lidos. (CHARTIER, 2012).

4.4 Papel da biblioteca e relações com a editora

Uma biblioteca tem como principal função a guarda da informação em suportes físico zelando assim, com a memória dessa sociedade. Também não somente se preocupar em armazenar e sim, procurar transmitir ao público esse saber. Rendón Rojas (2005, p. 179) diz que “O usuário é a origem e o fim da atividade da Biblioteconomia”.

Como nos últimos anos as bibliotecas têm fornecidos outros tipos de serviços, como acesso a internet, cursos diversos para a comunidade, e outros tipos de serviços dependendo da necessidade que surge no local. Para adquirir esse acervo se torna necessário uma verba do governo, pois em torno de 30% da produção editorial é destinado para os acervos das bibliotecas públicas (Earp e Kornis 2005, p. 49).

Contudo, visto a imensidão de livros disponíveis, é impossível ter todos eles em um só lugar, portanto se torna imprescindível a escolha do seu público alvo. De acordo com Earp e Kornis (2005, pg. 53), escolhendo o conceito da biblioteca, deve-se fazer um levantamento de seu acervo e excluir os livros que não se enquadrem na demanda do público-alvo. Assim, se torna importante a seleção dos livros, principalmente nas bibliotecas universitárias que enfocam em alunos de diversos cursos com matérias diferentes.

Entretanto, a compra desses acervos, principalmente no Brasil se torna difícil, pois a maioria das bibliotecas tem uma verba pequena, o que acarreta em custos maiores nos livros e na diminuição dos lançamentos de livros técnicos ou compras de periódicos pelas bibliotecas, enquanto as bibliotecas no exterior dispõem de recursos financeiros para comprar, representando assim, entre 10% e 80% (caso dos livros universitários) do mercado de livros.

No Brasil, um estudo feito pela Câmara Brasileira do Livro (CBL, 2011) as bibliotecas têm apenas 1% da demanda, com participação cada vez menor nos últimos anos, chegando a 0,3% em 1998. Em um estudo feito ano passado, as bibliotecas nem estão entre as principais consumidoras de livros, ficando entre as livrarias (44,9% do mercado), vendas porta a porta (9,07%), igrejas e templos (4,03%), supermercados (2,4%) e bancas de jornal (2,21%).

Earp e Kornis (2005, p. 55) citam que nos Estados Unidos, a demanda por livros técnicos, científicos e profissionais garante a compra de uma primeira edição encadernada que permite a boa parte das editoras cobrirem os custos editoriais da publicação. Porém Darnton (2010, pg. 88) não se mostra tão otimista com o cenário atual.

Editoras comerciais elevaram o preço dos periódicos a um patamar tão alto, especialmente nas ciências naturais, que isso devastou os orçamentos das bibliotecas de pesquisa. De modo a manter seus acervos de periódicos, as bibliotecas precisaram fazer cortes drásticos nas aquisições de monografias. Ao se depararem com a queda nas compras das bibliotecas, as editoras acadêmicas praticamente cessaram a publicação de trabalhos das áreas menos férteis.

Essa questão acima como consequência, torna a produção de livros e revistas mais caros e assim são escolhidos cada vez menos livros para serem publicados.

Podemos exemplificar com a principal compra realizada pelas bibliotecas. A revista científica. As empresas do meio informacional infligem suas vendas para as bibliotecas universitárias, pois são detentoras de propriedade extensa no comércio do conhecimento, assim seus clientes não tem nenhuma chance em renegociar ou reduzir preços.

Com isso, de acordo com XAVIER (2007, p. 15) os próprios produtores de informação para adquirir mais tarde seus produtos são obrigados a pagarem um preço elevado, em face da apropriação dessas grandes bases de dados privadas, que exponencialmente aumentam o preço de suas publicações. Em consequência, o número de revistas científicas nas universidades diminuiu, mas seu custo aumentou severamente. Podemos analisar os preços na tabela a seguir.

**Tabela 1 – Aumento dos preços de algumas revistas
(em US\$), 1989-2001**

Título da revista	Preço em 1989	Preço em 2001	Aumento percentual
American Journal of Physical Anthropology	540	1.490	176%
Chemical Engineering Science	650	4.306	562%
Clinical Psychology Review	75	984	1.212%
Communications on Pure and Applied Mathematics	280	2.190	682%
Developmental Biology	936	4.715	404%
Energy Conversion and Management	305	3.019	889%
IEEE Proceedings: All-Society Package	5,335	29,995	462%
Journal of Physics A	1,124	6,030	436%
Educational Research Quarterly	275 (2000)	505	184% (em um ano apenas)

Fonte: Revista Brasileira de Pós – Graduação.

Esse exemplo é ressaltado pela afirmação abaixo.

É praticamente indiscutível que os preços das revistas aumentaram de modo considerável nos últimos 20 anos. Estima-se que os preços das revistas acadêmicas e científicas norte-americanas aumentaram de 39 dólares no ano de 1975 para 284 dólares em 1995. Portanto, os preços médios aumentaram em um fator de 7,3, ou 2,6 vezes em uma taxa monetária constante. (TENOPIR; KING, 1998, p. 5).

Levaremos também em consideração MORAES (2012, p. 1) que relata:

Na Europa e nos Estados Unidos da América, o trabalho de edição de livros tem longa tradição de ser uma profissão intelectual e politicamente engajada. Nos últimos anos à medida que a propriedade das editoras mudou de mãos, essa equação foi alterada. Hoje frequentemente o único interesse do proprietário é ganhar dinheiro o máximo possível.

4.5 Os novos formatos

A internet de acordo com o dicionário Houaiss (2010, p. 446) pode ser definida como “Rede mundial de computadores, formada por uma reunião de redes interconectadas” de particulares, organizações de pesquisa, institutos de cultura, institutos militares, bibliotecas, corporações de todos os tamanhos. Ou seja, uma maneira de interconectar de diversas formas com transmissões feitas pelo mundo inteiro, utilizando todas as ferramentas disponíveis pela rede.

A internet nos trouxe uma forma de escrita dos textos e documentos muito peculiar onde “o leitor pode submeter o texto a múltiplas operações pode então, indexá-lo, colocar observações, copiá-lo, desmembrá-lo, recompô-lo, deslocá-lo etc. (CHARTIER, 1998). Isso faz com que as organizações que lidam com informação (biblioteca, editoras, arquivos) tenham que repensar sua forma de lidar com esses formatos.

Isso é afirmado por Darnton onde ele cita que (2010, p. 47) “A informação nunca foi estável. Pode ser útil para repensar a crença de que a aceleração das mudanças tecnológicas nos catapultou até uma nova era, na qual a informação saiu inteiramente de controle”. Darnton fez adiante outra afirmação que realça suas palavras anteriormente. Quando diz que

Acredito que a nova tecnologia de informação deveria nos forçar a reconsiderar o próprio conceito de informação. Não deveríamos encará-la como se assumisse a forma de fatos ou pepitas da realidade prontas para ser garimpadas em jornais, arquivos e bibliotecas, mas como mensagens que são constantemente remodeladas em seu processo de difusão. Em vez de lidar com documentos fixos e estabelecidos, precisamos lidar com textos mutáveis. (DARNTON, 2010, pg. 48)

Nas bibliotecas podemos perceber uma mudança, onde as bibliotecas físicas, elas já são consideradas híbridas pois estão englobando a biblioteca virtual. Também não devemos deixar de levar em consideração as dificuldades econômicas do Brasil onde nem todos as camadas sociais irão usufruir das tecnologias que irão porvir, em seu formato no Ipad ou futuros objetos eletrônicos.

É importante lembrar que qualquer pessoa pode publicar no ciberespaço, tornando então importante adquirir certa cautela com as informações adquiridas, o que é reforçado por Peter Lyman (2000, p. 17) onde ele afirma a web é um meio para indivíduos publicarem em escala global, ou seja, qualquer um pode distribuir informações, em tempo real.

Uma pesquisa mostra que se quiser procurar até a exaustividade um determinado assunto em 40 bases de dados, nas 13 primeiras se teria encontrado cerca de 80,6% de toda informação que é oferecida nessas 40 bases de dados sobre aquele assunto, ou seja, em apenas 32,5% delas. Ao passo que só 19,5% das informações relevantes estarão dispersas em 67,5% das bases de dados, o que demonstra que a exaustividade, ou seja, procurar um assunto em todas as bases é perda de tempo (XAVIER apud CHAUMIER, 1986, p. 26 e 27).

Essas mudanças afetam as editoras no sentido de que como uma organização visando lucro a sua adaptação no novo mercado, torna-se altamente custosa, pois ocorrem novas adaptações para sua divulgação, seu formato, e o espaço na rede para se manter esse material online. Ocorrendo então a risco, de perder a identidade dos editores, autores e distribuidores pois assim de acordo com Chartier (1998, p.16)

No mundo do texto eletrônico tudo isso é uma coisa só. Um produtor de texto pode ser imediatamente o editor, no duplo sentido daquele que da forma definitiva ao texto e daquele que o difunde diante de um publico de leitores: Daí, o abalo de separação entre tarefas e profissões que, no século XIX depois da evolução industrial da imprensa, a cultura escrita provocou: Os papéis do autor, do editor, do tipógrafo, do distribuidor, do livreiro, estavam claramente separados. Com as redes eletrônicas, todas estas operações podem ser acumuladas e tornadas quase contemporâneas umas das outras.

A ocorrência desse formato eletrônico (e-book, pdf...) segundo Chartier (1998, p. 147) fez com que muitas editoras de pequeno e meio porte entrasse em uma posição vulnerável pois as grandes empresas têm o controle de um grande capital, dispondo de uma implantação mundial de produtos em seus variados suportes.

5 METODOLOGIA

Para melhor compreensão sobre o assunto de editoração foi realizado um levantamento bibliográfico para buscar uma fundamentação teórica que ofereça suporte e uma visão ampla sobre as editoras. Alguns desses textos são fundamentais para aprofundarmos a temática do objeto deste trabalho.

Portanto, norteamos o trabalho em Davenport (1998) com seu livro *A questão do livro*; outra referência seria o artigo, *A informação e o papel da editoração com aspectos da formação da sociedade* (FEBVRE, 1992). O livro *A economia da cadeia produtiva do livro* (EARP; KORNIS, 2005), que forneceu dados estatísticos sobre o mercado editorial, entre muitos outros que foram abordados no presente texto.

A metodologia utilizada é de caráter exploratório, que utiliza como métodos de averiguação a análise bibliográfica e o estudo de caso, com observação direta e entrevistas com perguntas abertas com os funcionários de diversos setores da informação, tais como vendedores de livrarias, bibliotecários, editores, etc. Segundo Gil (1991)

a pesquisa exploratória visa proporcionar maior familiaridade com o problema de forma a torná-lo explícito ou a construir hipóteses. Envolve levantamento bibliográfico; entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; análise de exemplos que estimulem a compreensão.

As perguntas foram coletadas de maneira que os entrevistados pudessem expressar suas opiniões com base na experiência obtida em sua profissão. Assim, foi possível obter mais informações em relação à pesquisa, para então, analisar as respostas e fazer uma comparação com os dados obtidos junto ao embasamento teórico.

6 RESULTADOS

A primeira questão seria em relação aos principais critérios adotados no processo editorial, onde e como são efetuadas as escolhas dos “manuscritos” em livros e que critérios são feitos para que um livro seja mais interessante em publicar do que o outro. A pergunta foi feita para um representante da editora Saraiva, que respondeu:

cabe à cada editora escolher, pois cada editora além de possuir um público específico, tais como crianças, idosos ou pela faixa etária também possui vários selos que divide o gosto dos seus leitores. Então cada setor, dentro do seu gênero de livros, avalia os originais e decide se venderá ou não. No Brasil os autores nacionais têm um árduo caminho, pois as editoras preferem traduzir sucessos do exterior, pois haverá mais chances de agradar ao público aqui.

A segunda questão seria sobre a quantidade de livros produzidos, o custo para sua publicação e para a manutenção no sistema para ser utilizado depois. Dessa forma podemos ver que as editoras procuram vender livros em grandes quantidades, não deixando espaço para as edições de livros menores. Pode não ser a melhor estratégia como visto em Earp e Kornis (2005, p. 45)

Nos últimos anos observou-se um esforço das editoras para vender diretamente aos grandes clientes (cadeias de livrarias e supermercados) e as principais livrarias do Rio de Janeiro e de São Paulo. Essa operação nem sempre resulta em benefício para editores e livreiros, tendo em vista que, os livreiros acabam superestocando e devolvendo mais tarde uma grande quantidade de livros invendáveis.

Essa pergunta foi feita pela entrevista nº 2 a uma vendedora que trabalha na livraria Saraiva Megastore, há dois anos. Sua opinião acerca do assunto foi:

que como seu local de trabalho, é uma livraria com várias filiais, a loja então possui um sistema de consignação, aonde os produtos encalhados podem depois de três meses serem devolvidos (dependendo do selo) ou trocados por outros produtos.

A respondente reafirma a opinião de que as editoras excluem dessa forma os livros de tiragem pequena.

A seguir foi feita pergunta para um bibliotecário do Centro Nacional do Folclore e Cultura Popular (CNFCP), instituição que tem por objetivo desenvolver e executar programas e projetos de estudo e pesquisa do povo brasileiro. A pergunta seria acerca da aquisição do acervo através de compras pelas editoras, assim, procurar interconectar as compras realizadas em seu acervo, com a disponibilidade das editoras nas vendas deste material. Contudo, ele

relatou que como a maioria das bibliotecas públicas, as doações acabam integrando grande parte dos itens que são inseridos no acervo, principalmente periódicos. As doações em parte são feitas por folcloristas e pesquisadores ligados ao IPHAN que possuem grandes variedades de materiais bibliográficos, muitos até raros e que acabam indo integrar o acervo. Há também a aquisição de materiais via compra, uma pequena parcela que é definida anualmente através de verba.

Outra questão está relacionada ao sistema utilizado pela editora em relação à preservação dessas informações recolhidas; se possuem algum sistema para o material que não foi publicado e por ultimo outras questões que seriam abordadas em relação às novas formas de publicação pela internet e como a editora está lidando com isso e se existem convênios em relação com alguma biblioteca. Para a primeira pergunta a representante de vendas de livros infantil-juvenil da editora Rocco respondeu “que somente os contratos são preservados e seu original e os rascunhos que não foram aceitos simplesmente são descartados ao todo”. Na segunda pergunta, a opinião foi:

Não acho que o livro eletrônico irá substituir o impresso, assim como o cd não impediu o vinil de existir e a fotografia não eliminou a pintura. Acredito que irá existir uma nova mídia, mais interativa que o livro tradicional e os atuais e-books. Acredito que o atual espaço que o livro ocupa na sociedade irá se modificar, sobretudo nas próximas gerações que estão crescendo com fácil acesso à tecnologia. Acredito que em pouco tempo os livros didáticos serão substituídos nas principais cidades do país por e-books.

Mas o que dizer daquelas editoras que mal contam com uma biblioteca e que estão longe de possuir acesso fácil à tecnologia? O impresso é mais real. É mais fácil perder um e-book devido a um problema no computador, do que um incêndio destruir sua biblioteca pessoal. Além disso, a leitura do livro impresso é uma experiência tátil, física. Como a experiência de ir ao cinema que inclui muito mais do que somente assistir um filme.

7 CONSIDERAÇÕES

Nesse estudo foram analisadas as formas que as editoras encontraram para a seleção de seus livros e de seus processos no mercado. Como referencial teórico foram utilizados autores respeitados na área para assim ressaltar fatores propostos ao longo do texto.

Foi analisado que a seleção feita nas editoras, passa por vários percursos, de análise do “rascunho” e conseguinte, uma apreciação é feita buscando seus principais leitores de acordo com o gênero literário. No Brasil ainda estamos longe de sermos considerados um país leitor, com isso temos um mercado ainda restrito mas que vem se expandindo.

O comércio no formato eletrônico ainda não chega a 1% do faturamento global do segmento livreiro, contudo já forçou novos posicionamentos de importantes livrarias dos Estados Unidos, principalmente em relação às novas tecnologias apresentadas como o kindle, ipad, tablets, aonde os novos consumidores desses produtos estão cada vez mais exigentes, para que livros, músicas e outras formas de entretenimentos sejam adaptadas para as tecnologias vigentes no momento.

É importante se adaptar as novas demandas do mercado mas as vendas de e-books ainda representam 1% do nosso faturamento. É pouco, mas sentimos que esse nicho deverá crescer muito.

Podemos concluir que as editoras não serão extintas no futuro e sim, como os livros terão que sofrer adaptações para concorrer nesse novo mercado de trabalho, tais como os e-books e outros tipos de formatos. Podemos perceber que o livro eletrônico já existe no mercado aonde tem suas vantagens e assim, temos que aproveitar o máximo. Entretanto, mesmo com essas novas transformações o livro tradicional permanece contribuindo para a sociedade humana tal como nos novos formatos.

Como todos os novos suportes anteriormente, a adaptação vai se sedimentando. Nas próximas décadas conviveremos com os três modos de inscrição e de comunicação dos textos: a manuscrita, a publicação impressa e a textualidade eletrônica. É preciso que mais pesquisas

sejam feitas nessa área e nesse contexto. As contribuições de pesquisa sobre o tema serão enfáticas diante da grande revolução comunicacional e social provocada pela tecnologia, pela internet e pelas novas mídias.

REFERÊNCIAS

AMORIM, Galeno (Org.). **Retratos da leitura no Brasil**. São Paulo: Instituto Pró-Livro, 2008.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023**: informação e documentação: referências: elaboração. Rio de Janeiro, 2002.

_____. **NBR 10520**: informação e documentação: citações em documentos: apresentação. Rio de Janeiro, 2002.

BARRETO, Aldo de Albuquerque. A questão da informação. **Revista São Paulo Perspectiva**, São Paulo, v. 8, n. 4, 1994. Disponível em: <http://aldoibct.bighost.com.br/quest/quest2.pdf>. Acesso em: 18 nov. 2011.

BRAGANÇA, Aníbal. Sobre o editor. Notas para sua história. **Em Questão**, Porto Alegre, vol. 11, n. 2, p. 219-237, jul./dez. 2005. Disponível em : <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/revistaemquestao/article/viewFile/3694/3482> Acesso em: 12 setembro. 2012.

BRAGANÇA, Aníbal. Uma introdução à história editorial brasileira. **Revista de História e Teoria das Idéias**, vol. 14, n. 2, p. 57-83, 2002. Disponível em : http://www.uff.br/lihed/images/anibal_livros/historiaeditorialbrasileira.pdf. Acesso em: 23 abril. 2012.

BRASIL. Decreto-Lei, 1998. Disponível em: <<http://www.cbl.org.br>>. Acesso em: 16 abr. 2012.

CARRANGA, Gisele Alves; SILVA, Livia Domingues. **Mercado do Livro e Mercado Editorial Brasileiro**. São Paulo: Unesp, 2008.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador : conversações com Jean Lebrun**. São Paulo: UNESP, 1998. 159 p.

CHARTIER, Jorge. Disponível em: .<http://www.estadao.com.br/noticias/vidae,-habito-de-ler-esta-alem-dos-livros-diz-um-dos-maiores-especialistas-em-leitura-do-mundo,891006,0.htm.j>. Acesso em: 29 jun. 2012.

CHAUMIER, J. Sistemas de informação: tecnologias e mercado. Paris: Enterprise Moderne, 1986.

COSTA, I.T.M. Informação, memória e espaço prisional no Rio de Janeiro. **Datagramazero** – Revista de Ciência da Informação, v.4, n.1. 2003. Disponível em: <http://www.dgz.org.br>. Acesso em: 19 de dez. 2011.

DARNTON, Robert. **A questão dos livros: passado, presente e futuro**. São Paulo: Cia das Letras, 2010. 232 p.

DAVENPORT, Thomas H. **Ecologia da informação**. São Paulo: Futura, 1998.

DUMONT, Lígia Maria Moreira et al. A editoração no Brasil: aspectos gerais. **Revista Escola Biblioteconomia**, Belo Horizonte, v. 8, n. 2, 1979.

EARP, Fabio Sá; KORNIS, George. **A economia da cadeia produtiva do livro**. Rio de Janeiro: Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDS, 2005.

EPSTEIN, Jason. **O negócio do livro: passado, presente e futuro do mercado editorial**. Rio de Janeiro: Record, 2002. 176 p.

FEBVRE, Lucien. **O aparecimento do livro**. São Paulo: Unesp, 1992. 572 p.

FIGUEIREDO, Nice Menezes. **Paradigmas modernos da Ciência da Informação**. São Paulo: Polis, 1999.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3º Ed. São Paulo, Atlas, 1991. 159 p.

GORINI, Ana Paula; BRANCO, Carlos Eduardo. **Panorama do setor editorial brasileiro**. Rio de Janeiro: Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDS, 2000. Disponível em: <http://www.fae.edu/publicador/conteudo/foto/332006Panorama%20do%20Setor%20Editorial%20Brasileiro.pdf>. Acesso em: 26 jun. 2012.

HALLEWELL, Laurence. **O livro no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Editora da USP, 2005.

HOUAISS, Antônio. **Elementos de bibliologia**. São Paulo: Hucitec, 2010.

LYMAN, Peter. 2000. How Much Information? Disponível em: <http://www.sims.berkeley.edu/research/projects/how-much-info/>. Acesso em: 29 nov. 2011

MACHADO, Arlindo. **O fim do Livro?** Estudos Avançados. Vol.8 nº. 21 São Paulo, Mai/Ago, 1994.

----- . **Minidicionário da língua portuguesa**. 4. ed. rev. e aum. Rio de Janeiro: Objetiva, 2010.

MORAES, A. P. Quartier de. **É o fim do livro**. Disponível em: <http://www.estadao.com.br> Acesso em: 12 mar. 2012.

ORTEGA, Cristina Dotta. Relações históricas entre Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação. **DataGramZero**, v. 5, n. 5, p. 1-16, out. 2004.

PANSA, Karine (Org.). **Retratos da leitura no Brasil**. São Paulo: Instituto Pró-Livro, 2011.

PAULINO, Suzana Ferreira. Livro tradicional x livro eletrônico: a revolução do livro ou uma ruptura definitiva? **Hipertextus**, Recife, n. 3, p.1-13, jul. 2009. Disponível em: <http://www.hipertextus.net/volume3/Suzana-Ferreira-PAULINO.pdf>. Acesso em: 12 mar. 2012.

PINHEIRO, Ana Virginia.. **Produção do registro do conhecimento I: planos de aulas**. Rio de Janeiro, 2005. 116 f. Material didático utilizado no curso de biblioteconomia da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO).

RÉNDON ROJAS, Miguel Angel. **Bases teóricas y filosóficas de La Bibliotecología**. 2. ed. México, UNAM, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas, 2005.

ROSA, Flávia Goullart; ODDONE, Nanci. Políticas públicas para o livro, leitura e biblioteca: um breve panorama da leitura no Brasil, cenário contraditório e desigual. Brasília: **Ciência da Informação**, 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v35n3/v35n3a17.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2012.

SAAB, William George Lopes; Gimenez, Luiz Carlos Perez; Ribeiro, Rodrigo Martins. **Cadeia de comercialização de livros**. [S.l.]: Gerência Setorial de Comércio e Serviços do BNDS, Relato Setorial, Rio de Janeiro, n. 3, 1999.

SILVA, Carlos Hugo da Silva. **Aspectos da história da editoração**: relações entre autoria e bibliotecas. 2005. 40 f. Trabalho de Conclusão Final - UFSC, São Carlos, 2005. Disponível em : <http://www.scribd.com/doc/222369/Historia-da-editoracao>. Acesso em: 02 set. 2011.

SOUZA, Carlos Fernando Mathias de. **Direito autoral: legislação básica**. 2.ed. Brasília: Brasília jurídica, 1998.

VERGUEIRO, Waldomiro de Castro Santos. **Seleção de materiais de informação**. 3. ed. Brasília: Briquet de Lemos livros, 2010. 120 p.

WOLEDGE, G. Bibliography and Documentation: words and ideas. **Journal of Documentation**, v. 39, n. 4, p. 266-279, 1983.

XAVIER, Rodolfo; MATTOS Fernando Augusto. A comercialização da informação e do conhecimento. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, vol. 9, n. 3, 2007. Disponível em: <http://www.eptic.com.br/arquivos/Revistas/v.%20IX,n.3,2007/ARodolfoXavier-fernandoMattos.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2012

ZAID, Gabriel. **Livros demais!:** Sobre ler, escrever e publicar. São Paulo: Summus, 2003.